

симулятивностью, предстающей «невыносимой тяжестью бытия», а не только играть с ней, как, например, в компьютерной имитационной реальности или игре.

Таким образом, максимальный до безусловности и несомненности эффект реальности (связанный не только со способностью обманывать более чем один, два – зрение и слух – канала восприятия), какого никакой виртуальной и/или художественной реальности не произвести, оказывает именно действительность, по крайней мере, в глазах пребывающего в ней. В классической онтологии это объясняется ее онтологическим статусом физически объективной реальности, предоставляющей возможность для полнотелесного присутствия в непосредственности совместного бытия с другими. Но главное, данное превосходство действительности обусловлено ее давлением – физическим (материальным) и социальным, чье «императивное присутствие» (по выражению П. Бергера и Т. Лукмана) невозможно игнорировать или ослабить, можно лишь попытаться сбежать – в болезнь или даже смерть.

Заболотная Г.М.,

г. Тюмень

## ПРОБЛЕМА ПРОСТРАНСТВА В ПОСТКЛАССИЧЕСКИХ СОЦИАЛЬНЫХ ТЕОРИЯХ

Отношение к пространству в социальной теории было и остается противоречивым. В силу признания самоочевидности пространственной локализации социальных явлений пространство часто оказывалось вне научного анализа. По признанию западного социолога Р. Ли Эллена, «маргинальное положение пространственного языка» в современной социальной науке не может не вызывать озабоченность, если учитывать, что пространство является условием самой возможности жизни: «Ничто не может избежать пространства; жизнь не может быть прожита и воображена без него» [1; 253].

На необходимость включения в социологическую науку анализа как временных, так и пространственных параметров социальной реальности указывал и британский социолог Э. Гидденс. Рассуждая о потребности построения новой теоретической картины социальной жизни, он утверждал, что предметом социальных наук должны стать «социальные практики, упорядоченные во времени и пространстве» [2; 41]. Включение пространства/времени в инструментарий разработанной Э. Гидденсом «теории структуризации» позволило ему конкретизировать центральные понятия своей теории: «структура», «система», «структуризация».

Понятие социального пространства является центральным и для известного французского социолога П. Бурдьё. Это непосредственно вытекает из его представления о том, что сама социология представляет собой «социальную топологию» [3, с.55]. Пространственную топологию представляет собой и схема анализа социального мира, использованная другим французским социологом М. Фуко. Последний рассматривал социальную реальность как пространство отношений. По мысли Фуко, мы живем не в пустоте, внутри которой помещаются индивиды и вещи, а живем внутри сети отношений, разграничивающих местоположения, которые несводимы друг к другу и не накладываются друг на друга.

Пространство в качестве сущностного свойства бытия человека и общества рассматривалось и другими учеными. Американский социальный географ Э. Соджа признал в пространстве сущность, равную по значимости в производстве социального бытия времени и самому обществу. Социальное бытие воспроизводится через онтологическую триаду «пространство – время – общество» или как «пространственное – темпоральное – социальное» [4; 253]. Французского социолога и философа А. Лефевра проблема пространства интересовала в ином аспекте: он ставит вопрос о той роли, которую играют пространственные представления и идеи в оформлении социальных практик и связей. В книге «Производство пространства» А. Лефевр сформулировал следующую задачу, стоящую перед социальной

теорией: «Если все-таки пространственные коды существуют, каждый из которых характеризует отдельные пространственные/социальные практики, и если такие кодификации были выработаны в со-общении с пространством, то задача теории – объяснить их появление, роль и исчезновение» [5, р. 17].

В последние годы обозначились новые темы дискурса о пространстве с выходом на социальную и политическую проблематику. Сошлемся на Р. Ли Эллена[1; 251-253], который, сделав анализ современных пространственных теорий, пришел к выводу, что особую актуальность приобрели два вопроса: что мы делаем из пространства или как человеческая деятельность может «оформлять» пространство для его использования в экономических, политических и социальных целях и что пространство делает из нас? Во втором случае ученых занимает проблема того, как «пространственные способы познания» формируют самосознание человека, его идентичность и представления о тех, кого считают «другими». В центре внимания ученых и вопросы о том, как «пространственные представления» используются для поддержания власти; какими могут быть социальные последствия таких пространственных практик, как «геттизация» или сегрегация?

Обобщая представления о пространстве, содержащиеся в западных теориях, отметим, что ученые признают существование качественно различающихся по своей сущности пространств:

- физическое или «вещественное» пространство. Оно также понимается как пространство повседневности, как распознаваемые местоположения;
- пространство, относящееся к ментальной реальности, которое обозначается как воображенное, представленное пространство (imagined space). Данное пространство является объектом современных эпистемологических исследований. Оно может рассматриваться как закодированная абстракция физического пространства, как комплекс идей и размышлений о пространстве, как знание пространственных схем, которые используются для того, чтобы действовать в пространстве повседневной

жизни. Представленное пространство часто понимается как социальное пространство.

В западной постклассической социологии разработано несколько оригинальных концепций социального пространства, рассматривающих эту проблему через соотношение ментального и материального, субъективного и объективного. Одна из них связана с именами А. Лефевра и Э. Соджи, которые выступили с критикой «бинарного» видения пространства, когда физическое и воображаемое пространство противопоставлены друг другу. Авторы придерживаются мнения о «триалектичности» («trialectically») пространства – о взаимосвязи и зависимости друг от друга трех пространств: реального, воображаемого и социального. Последнее понимается ими как пространство идеологической борьбы, которая имеет огромные последствия для первых двух. В социальном пространстве одновременно сосуществуют три вида пространства:

- перцептуальное как субъективное отражение физического пространства;

- концептуализированное пространство как определенные версии пространства, созданные учеными и политиками;

- проживаемое пространство (lived space), или пространство репрезентации образов, комплексных символических систем, оно же и пространство сопротивления гегемонии со стороны концептуализированного пространства. По мысли Э. Соджи, проживаемое пространство – это «пространство, которое воображение ... желает изменить и присвоить» [1; 260].

В этом понимании социального пространства нам представляется наиболее интересным положение о связи социального пространства с практикой, в том числе и с символической практикой, направленной на утверждение определенного видения реальности. Нельзя не согласиться с оценкой учеными роли того смысла, который человек придает своей «пространственности» в детерминации социальных практик. Но не все в

подобном подходе к социальному пространству двух западных социологов выглядит бесспорным. По сути, ими не признается существование социального пространства как объективной реальности. Хотя оно через деятельность человека («борьбу», «сопротивление») оказывается связанным с реальным пространством, но все же социальное пространство, по мнению этих авторов, остается явлением ментального характера.

Существенный вклад в социологическую концептуализацию проблемы социального пространства П. Бурдьё. В его трактовке, оно есть реальность связей агентов, обладающих разными по своей форме и объемами капиталами. Подход, предложенный П. Бурдьё, с одной стороны, не отрицает представления о социальном пространстве, наметившегося в работах П. Сорокина, а с другой – вносит ряд новых моментов. Как и в трактовке П. Сорокина, у П. Бурдьё социальное пространство также многомерно, определяется взаимоотношением позиций социальных субъектов, не может быть сведено к физическому пространству. Как А. Лефевр и Э. Соджа, П. Бурдьё понимает социальное пространство как символическую сферу, в которой осуществляются социальные распознавания. Вопрос о принадлежности социального пространства к физической или ментальной реальности решается П. Бурдьё посредством развития идеи о его двойственной природе. Оно вписано как в «объективные» («материализованные») пространственные, так и в субъективные («ментальные») структуры [3; 85-86]. В последнем случае оно представлено в схемах восприятия и оценивания социальной реальности и предопределяет к определенному виду практик. Следуя логике П. Бурдьё, можно сказать, что подобные субъективные схемы позволяют индивиду «прочитать» социально-пространственный контекст реальности, увидеть в ней определенную иерархичность, социальные дистанции и границы и, наконец, представить собственный сектор в пространстве и идентифицировать себя с определенной группой. Именно желание подтвердить или изменить свою позицию в пространстве определяет динамику социальной жизни.

## Литература

1. Allen R. L. The Socio-Spatial Making and Marking of “Us”: Toward a Critical Postmodern Spatial Theory of Difference and Community // Social Identities. Oxford, 1999. Vol.5. № 3.
2. Гидденс Э. Элементы теории структуризации // Современная социальная теория: Бурдье, Гидденс, Хабермас. Новосибирск: Изд-во НГУ, 1995.
3. Бурдье П. Социология политики. М.: Socio-Logos, 1993.
4. Soja E. Thirdspace Cambridge: Blackwell Publishers Inc., 1996.
5. Lefebvre H. The Production of Space. Oxford: Basil Blackwell, 1991.

Заякин С.В.,

г. Екатеринбург

## ГОСТЕПРИИМСТВО КАК СОЦИАЛЬНОЕ ЯВЛЕНИЕ

Актуальность изучения проблемы гостеприимства в социологии обусловлена неопределённостью толкования и многозначностью данного социального явления в современном обществе.

В литературе, посвящённой вопросам сервиса, гостеприимство рассматривается как один из элементов третичного сектора экономики – индустрия гостеприимства, и толкуется следующим образом:

1. гостеприимство – собирательное название системы обслуживания людей, находящихся в путешествии, на отдыхе, вдали от своего дома [6; 65-66];
2. гостеприимство – широкий набор видов бизнеса, каждый из которых связан с обслуживанием людей, находящихся вне дома [7; 852].

Первое понятие является не совсем точным, т.к. говорит о более широком явлении туризма. В повседневной жизни человек взаимодействует с индустрией гостеприимства значительно чаще, чем отправляется в путешествия. Американский исследователь Дж. Уокер, определяя гостеприимство, избегает подобной размытости понятия.

На основании выше описанного мы видим неоднозначность понимания гостеприимства в современной науке, но ни одно из приведенных нами определений не отражает специфики гостеприимства как социального явления. Попробуем дать социологическое определение гостеприимства, основываясь на понимании предметного поля социологии.

Мы исходим из того, что ядром предметного поля социологии являются социальные общности – «взаимосвязь индивидов, обусловленная общностью интересов, материальной, производственной и иной деятельности, близостью взглядов, верований, субъективных представлений, целей и задач деятельности» [2; 99-100]. Исходя из этого, *гостеприимство* будет пониматься как взаимодействие профессиональной общности сотрудников предприятия гостеприимства, реализующей политику гостеприимства, установленную руководством предприятия, с социальной общностью гостей, характеризующейся аморфностью и гетерогенностью, с целью удовлетворения материальных и духовных потребностей последней, путём оказания услуг (обслуживания) в условиях рыночной конкуренции.

Система гостеприимства может не только удовлетворять, но и формировать потребности человека (как гедонистического, так и духовнообразующего характера). Гостеприимство может служить и инструментом развития духовного потенциала, и средством морального разложения человека [8;12].

Как и любые другие социальные общности, общность гостей и общность сотрудников предприятий гостеприимства характеризуются рядом признаков [3; 109-110]:

1. обе социальные общности включены в более широкий социальный контекст: общность сотрудников стоит в ряду других профессиональных общностей, социальное окружение признаёт её путём институционализации сферы гостеприимства;

2. наличие у членов общности значимого основания сообща находиться в ней: только путём совместных действий сотрудников